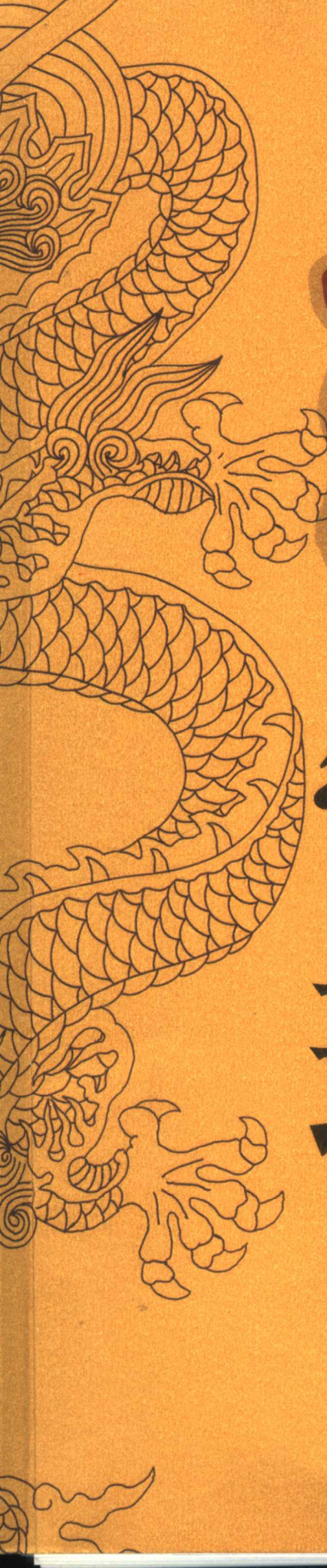




简易管理

高乾源 著

极简易、极精要、极高明
而道中庸的管理学著作
One heart One world

东方出版社

简易管理

——

——



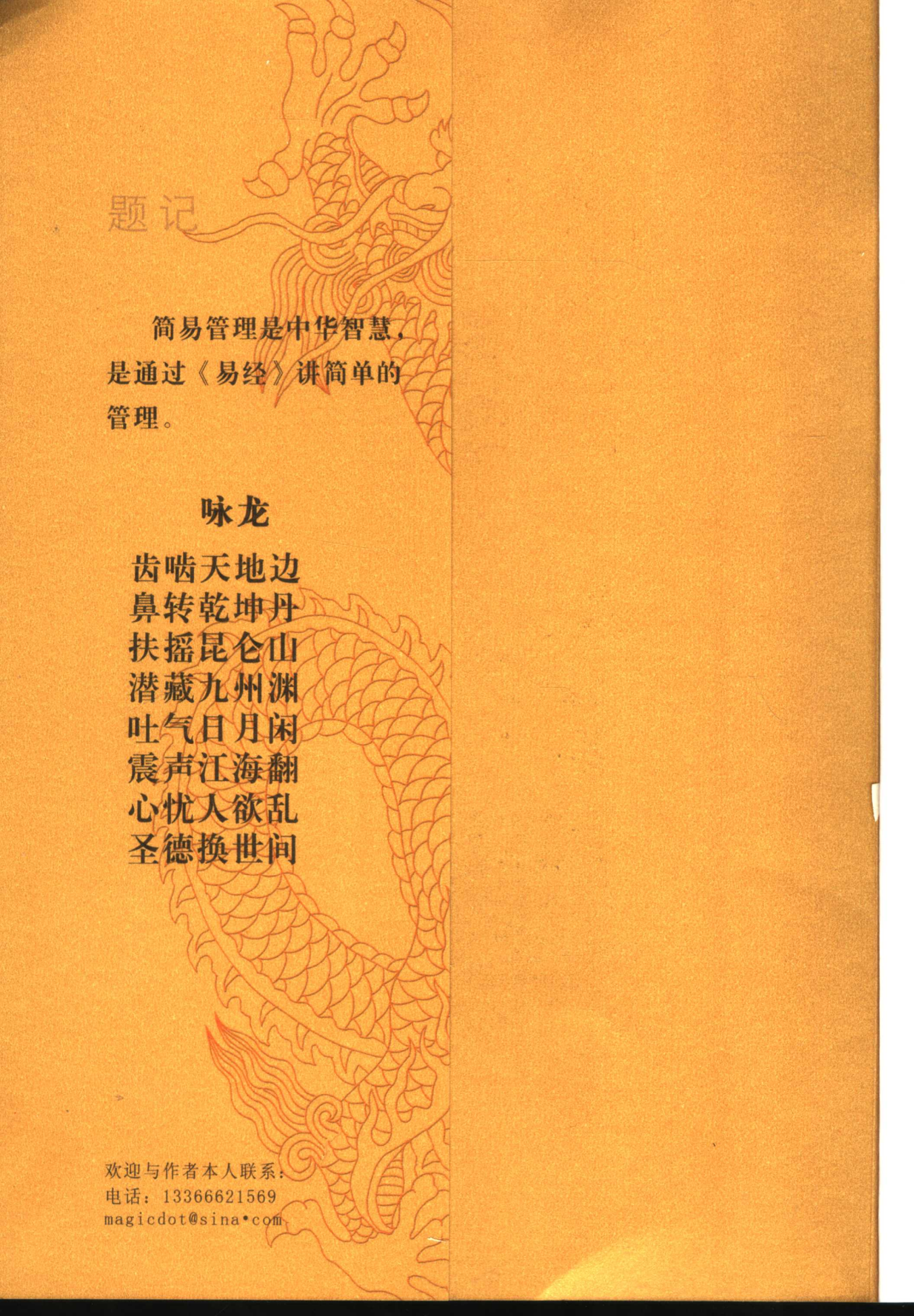
简易

管理

极简易、极精要、极高
明而道中庸管理学著作
One heart One world

高乾源 著

東方出版社



题记

简易管理是中华智慧，
是通过《易经》讲简单的
管理。

咏龙

齿啮天地边
鼻转乾坤丹
扶摇昆仑山
潜藏九州渊
吐气日月闲
震声江海翻
心忧人欲乱
圣德换世间

欢迎与作者本人联系：

电话：13366621569

magicdot@sina.com



简易管理极简易、极精要、极高明而道中庸。人生在天地间非简易不可以解惑而走出困境；非简易不可以达大我的境界；非简易不可以取中西文化和科学的精髓而壮其民智；非简易不可以含蕴圣德；非简易不可以顺天应人，损益文明；非简易不可以感人心而欢乐；非简易不可以尽物力而事成。简易尽在情理和日用之中。

以《易经》为代表的中国文化所展示的动态认知和思维的能力是简易的根源。读之、思之、体悟之则可以去无妄的噪念，复返寒泉而食，存仁性而少过错，因而能取信于万国。

本书的过程唯一而独特，是从混沌无序到相对有序的变应。这一点对于人们发展新思维可资参照。

责任编辑：刘丽华

文字编辑：吴志敏

封面设计：慧宇设计
010-80776921



诺贝尔物理学奖获得者杨振宁（左二）、北京大学著名翻译家许渊冲（左三）、北京大学著名中西文化比较专家辜正坤（左四）教授和作者聚会，共同期待中国世纪的曙光。

易学乃中国古代科学高峰

辜正坤（北京大学著名教授，中西文化比较研究著名专家）

盈天地者皆物也，然虽万象森罗，类归则其数必简。简之又简，得阴阳二极，更简之，太极而无极。此易理之一端也。踵端而返，无极而太极，太极而阴阳，两仪四象，循必然之理数，由简而繁，排列组合，复得数千亿万亿，而大千世界亿兆事象，无不合其数，显其理。此可谓放之则弥六合，卷之则退藏于密。玄道万殊，无不契机。古德谓之与天地合其德，与日月合其明，与四时合其序，岂虚言哉！

惜乎海通以还，并连祸结，华夏文化之精粹，怵于西学东渐之风，几毁一旦。八十年代，改革开放，有中华学子复振古哲之余响，易学遂又发扬光大，其象其数其理，幽远深邃，多与当代科学之奥秘，相与阐发彰扬。其象数根本原理实乃宇宙万物生发寂灭、成住坏空、循环迁流衍化之最简公式，其意义之伟岸，其功用之通微，绝非爱因斯坦相对论所可比肩。

中国古代思维模式之梳理，中国古代科学之重新发现，势必引发当代华夏文化大启蒙之雄风。其意义之深远，当大于文艺复兴之于西方文化，盖因此中华大智慧非仅沾溉华夏子孙，推而广之，必将造福 21 世纪万邦黎民、芸芸众生。

今又高君乾源，殚精竭虑，探颐索隐，穷经年之功，参究易理，豁然有大解悟，随类旁通，阐述经济管理，成《简易管理》一书，宏篇巨构，堪称当代管理学奇书。高君才气纵横，视野开阔，横跨中西，融博大精深之易理与西方管理学精华于一炉，能擒能纵，颠倒崛奇，无施不可。此乃中国人以中国思维写出之真中国管理哲学书，气势宏阔，阐发精微，未可多得。观览之余，感慨良多，未敢专私，特恭书小引，愿与读者共勉。

是为序。

乙酉年五月于北京大学畅春园



one world
one heart

简易是管理的最高境界

任雋华（哲学教授、中国人民大学博士后、海峡两岸当代新易家重要代表人物）

简易管理是中华智慧，国人尚有未能一一洞悉之处，而今却为西方管理学家所察。畅销书《从优秀到卓越》《基业常青》的作者杰姆·柯林斯借用《易经》表述他的管理思想，他在《易经》的阴阳图上画出两个方向，一个是保存核心，另一个是激发进步，说明基业常青的公司的生存之道。世界著名的管理工具平衡计分卡的创造者罗伯特·卡普兰借用《易经》说明管理概念。顶级的市场营销学专家菲利普·科特勒在最近的著作中通过阴阳鱼图说明可持续的增长模型。创造了学习型组织概念的著名管理专家彼得·圣吉曾到中国虔诚地学习中国文化。

在当今管理书籍汗牛充栋，出书“色变”的情况下，国外的学者给我们展示了明确的研究方向，这就是管理这门复杂的科学特别依赖于中国文化（特别是《易经》）简易的表达，以揭示其中深邃的构成形态，但是橘生南国，文化的土壤不同，对《易经》的理解深浅有别，国外的专家鉴于语言交流的困难，很难窥视到《易经》思维的真髓。高君乾源深以为憾，集数年参究易理所得，汇上千管理高人智慧，倾六年苦学，始成此大作。

乾源六年以来，写此书的经历不同于他人。数千年来，研究《易经》的高人雅士多矣，乾源却是少见的从大混沌中走出的大条理。这一方面是因为他能承受“苦力”，另一方面他参照近代科学的研究路径，坚信混沌是认知的常态（虚无乃是常有），从而少见地实现了从混沌无序到相对有序的变应。乃至复原和强化了《易经》动态演进的思维的特征，这是中国古代思维模式的核心。

美国哲学家约翰·杜威认为，比起其他领域的知识来，科学知识更为可靠，也更为有用。科学是一种高度严密、自我批评的探究方法，其逻辑结构可以有效地用于其他大多数的探究活动中。乾源从始至终借用西方管理学、物理学、经济学、心理学、哲学、历史学等一切科学之成果，使其成为中国文化的新的血脉中流，西方科学不仅是参比吸收的对象，而且是产生当今新文化的父本。



用科学的方法展示《易经》的体用，描述中国思维的基本特征，这是本书的最大特色。作者明确提出当今世界追求中国思维和内圣境界等同于五四新文化追求科学和民主。把中国思维置于人类生活和文明的重要地位中。人类思维之动态与万物衍生发展之动态，互为呼应、互为表里。当知悉这一演变发展的过程，世界之至理天则离人也就不远了。这也是《易经》独一无二想要阐发的核心思想之一。中国思维动态演变的规律同构于物质生灭的普遍规律。所以简在其中。

随着人类进入信息社会以后，人类的思维本质正在发生变化，更加依赖于离散、机变、动态发展的思维过程，《易经》必将揭示未来科学的发展方向，促进未来科学在世界范围内的新发展。

另一个重大的特色是本书塑造了描述中国文化完整的语意环境。现代解释《老子》《论语》《孙子兵法》书籍等的书很多，但是因为达到致用和切实体会的层面上，缺乏案例和系统性，这种解释总是过分离散而不确切的。作者把如上的书籍置于六十四卦的整体演动中，强调了与生命过程真实的关联，这是对古籍“述而不作”传承的新发现。对于中国文化来说既是解构也是重构。对于普通读者来说是最为简易的解说，可以说是对中国文化的大弘扬。

德国哲学家海德格尔说：“传统使我们自由”。传统文化有可爱、可近的一面。哲学家罗素说：“几个世纪以来，中国人见证着并身体力行着一种生活态度，如果能将它普遍推行于世界，那是人类的福音。”关键是要用这一代人的眼光，揭示出中国文化的在当今的意义和境界。吸引青年，让他们沉醉在其间，让他们为学习中国文化而感到快乐和自信。作者以传（《易传》）解经，以经（《论语》、《道德经》等）解经，复原的正是中国文化。正因此，它带来了管理的自由，带来了简易的管理的现实意义。

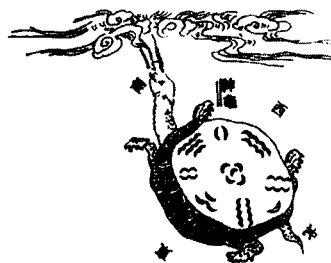
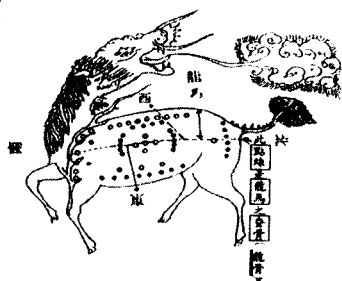
本书所蕴含的变机在于人类已经到了新的发展的节点上。正是新科技带来了人类思维的跃升和情感的回归。而这一切正是未来社会企业决胜在经济领域的主导。作者用电脑“自由地”写作，电脑和人脑互动，才能和理性催生。此作品可以说明电脑是人脑最佳的思维互助体。这正是人类认知能力的提升基本条件。

简易管理之要在于以易学为底料，追求一种简约而精妙的全息管理学。读高君此书，不仅可以轻松体明管理之精要，还可通达易理精妙绝伦之境。终至“生生之谓《易》”的简易管理境界。乾源解深奥易理于管理趣例之中，化易学之博大精深处为现代管理简易之道，是为简易管理之精髓也，实属难得。

把中国文化发展最为成熟的部分和西方管理之中最前沿的最先进的部分相结合。中国文化被理性逻辑解释，成为可以理解的体系逻辑时，他就焕发出新的活力。诚哉，宣传千古。是为序。

序

one world
one heart



目录

序言一：易学乃中国古代科学高峰(辜正坤) 一

序言二：简易是管理的最高境界(任雋华) 二

一. 简易 〇〇一

缘起

中西

变革

译和理

情和商

二. 《易经》 〇一四

元、亨、利、贞

卦画

卦名、卦辞和爻辞

十翼

卦序

意象

占卜

三. 中国思维 四三八

乾元

演进

意象(比类)

中庸

五行

语言

太和

交互性

格物

感应

目录

one world
+
one heart

鉴于阅读的难易程度，三、四两部分置于六十四卦的解释之后。



第一. 易理

中国的思维 ○三一

乾为天

潜藏

利见大人

进退之势

建构信息世界

井喷属性

亢龙有悔

碎杯效应和系统性

下面以六十四卦卦序排列。

第二. 境界

君子的追求 ○四三

坤为地

取微而捕宏

内圣心法

含章

不失言也不失去朋友

内圣外王

乾坤是生命的全部

模糊的总结



第三. 混沌

智慧的源泉 ○五一

水雷屯

在混沌中搜索

混乱是新秩序的源泉

混沌是对中国思维的发现

无序中的有序性,

无的用

混沌是最终极的认知规范

[企业案例] 百度和 google

第四. 实践

人性和管理 ○五八

山水蒙

感恩之心

人性的管理很简单

人性更可见

困而不学

象孩子一样没有成见

实践的意义

[企业案例] 红星·美凯龙

目录

one heart
one world

第五. 关系

关系的塑造 ○六四

雪中送炭
人以群分
慎交不败
倾听心声
饮食和礼
礼敬的规范

第六. 维权

权益的保障 ○六九

不要纠缠闲言碎语
未雨绸缪
双赢, 零和博弈
防范官司
以牙还牙
不主动示恶

第七. 决策

大智的选择 ○七四

不要找借口
名正则言顺
不战而屈人之兵
占据决策的有利位置
择人而任势
亲贤臣远小人

第八. 比类

认知的哲学 ○七九

意象引导
比自内
强盗不是榜样
外比之
领先造就优势
参比西方科学

第九. 模式

商业的模式 ○八七

独特的业务流程
市场九要素
非·目标市场
发现·商业概念
用管理工具沟通
全球化和本地化

第十. 胆量

目标的管理 ○九四

成功不论起点
敢为人先
扩张无度
与虎共舞
主不可以怒而兴师
胜者通吃
[企业案例] 秦池、亚细亚、通用

目录

one world
one heart

第十一. 交往

利益的平衡 一〇〇

交往是必然的
不和蛮干的人交往
心量大福报大
新儒商的精神
上交下福
不要绝对的公平
[企业案例] 爱国者

第十三. 激励

激励的学问 一一三

发端于情感
子路得牛
心理激励
激励是心灵上的策略
同理心
求仁则人悦

第十五. 谦逊

行为的原则 一二七

谦象大地一样谦虚
显示谦虚的形象
劳谦君子
谦虚的人有辞让之心
第五级领导人
谦虚有征服人心的魅力

第十二. 标准

变动的标准 一〇六

以小见大,持小求大
战略是标准选择
扩展和扩张
生产力决定生产关系
芭桑之芽
破坏性技术
[企业案例] 柯达

第十四. 性善

文明的归宿 一一九

性恶的喧嚣
性善是文明的本性
性善多助
善恶之辨
太阳喻
性善天助

第十六. 预见

非凡的才能 一三三

不可"鸣"
多算胜
小数原则
易理和知见
扼住命运的咽喉
管理就是预防变故

目录

one heart
one word

第十七. 选择

成败的答案 一三九

交往和人脉

不要随大流

没有运气一说

宠辱若惊

关注意外的成功

文化促动群体对话

[企业案例] 三星

第十八. 情理

情理的权衡 一四五

情理难断

女性的弊端不可全正

不正面反对人的基本想法

正直的标准

出让著作权

功成身退

第十九. 体验

身心的需要 一五一

文化感受

心经济

体验

只要我喜欢的

给她做梦也没想到的

尖峰体验

[企业案例] 麦当劳、柯达

第二十. 品牌

无形的力量 一五八

砸钱的品牌不耐用

定制·女性品牌

品牌自醒

爱心品牌

人文品牌

和总统一样的职位

[企业案例] 宝洁、海尔、奥美

第二十一. 竞争

竞争的诀窍 一六五

小惩而大诫

化认知为策略

遇事难明

善于突破

以柔克刚、双赢谈判

穷寇勿追

第二十二. 美化

最高的规范 一七二

有车不坐美化脚

形式的美

美化是为了长存

艺术之美的真谛

美在互动

自然的美

目录

one world
one heart

山地制

第二十三. 领导

领导的艺术 一七九

君为轻,民为贵
君无见其所欲
企业中的民主
不上不下的中间管理层
有容乃大
不以人废言
[企业案例] 通用

天

第二十五. 无妄

躁动的心理 一九二

无妄的心理状态
偶像胡雪岩
戳破隐情
纳什均衡
无为
虚妄的理念
[企业案例] 德隆

山

第二十七. 养贤

人才的选拔 二〇五

养志法灵龟
选人有三不可
确定领导关系
取之于民、用之于民
顺从未必是好人才
养贤
[企业案例] 微软

第二十四. 微弱

智慧的门户 一八五

复其见天地之心
庄子梦蝶,认知微弱信息
行动有方向
中行独复
女性的最好品格
中国的竞争力

地

第二十六. 蓄养

增进的思维 一九八

多识前言
感应、体悟和渗透
在变动中发现主题
无角和木牯
去其势
天地胸怀配享大福

山

第二十八. 本末

决策的态度 二一一

慎重决策
女色
本末弱不可强求
正确的折中
独立决策
说别人的过就是大过
[企业案例] 娃哈哈、长江

山

目录

one heart
one world



坎 离 水

第二十九.因果

循环的效应 二一八

商业的起点最重要
 商业中的循环效应
 压强原理
 坚韧的心态
 因果累积效应
 不可过度开发市场
 [企业案例] 国美

第三十.依附

命运的依托 二二五

创造性模仿
 谁没有一段美好年华
 悲剧的意识
 六如之变
 文化化成天下
 重整河山
 [企业案例] 娃哈哈



离 离 火

上经 30 卦



震 震 雷

第三十一.感应

市场的营销 二三二

自知而后知人
 谦虚地做市场调研
 创造消费者
 市场感应
 有怨无悔
 情感的忠诚

第三十二.恒常

永恒的缘由 二三九

骤雨不终日
 永恒是美的规范
 人和人相处不容易
 情绪的"潮"
 男女不同
 把爱藏在心里



巽 巽 风



震 震 雷

第三十三.撤退

战略的转移 二四六

沉没成本
 偏执狂生存
 退出壁垒
 刚健能退
 好言辞退
 战略性退却让对手吃惊
 [企业案例] 英特尔

第三十四.要素

管理的要素 二五三

急进必败
 可控要素
 无形的规范,反弹琵琶
 主导性设计
 多元化
 过分用强就会进退不能
 [企业案例] 可口可乐、微软



震 震 雷

目录
 one world
 one heart



第三十五. 内生 创新的本质 二六二

内生是创新的本质
受到母亲的资助
认可和心明
鼠行还是龙行
不患得患失
信息的表现力
[企业案例] DELL



第三十七. 治理 五伦的治理 二七六

团队不同于家
首席执行官的品质
人伦文化和平等文化的冲突
能上能下
亲情的治理结构
有孚之选



第三十九. 危机 危机的管理 二八九

严正相告,欣然接受
舍己相告
应对危机
相忘于江湖(团队合作)
有朋自远方来
着眼于未来的设计
[企业案例] 伊利

第三十六. 隐形 中国式的智慧 二六八

静的禅机
低廉的解决之道
隐形的冠军
心明然后行动
材与不材,隐与不隐
韬光养晦
[企业案例] 浙商、隐性冠军



第三十八. 分拆 组织的分拆 二八三

区别对待
情感忠诚
见怪不怪
兄弟登山,各自努力
集成或包办
保全或拆分
[企业案例] 联想、IBM、宏基



第四十. 简单 简单的妙用 二九五

求简,中国式的学问
无形中的力量
负且乘
全知全能的个体
得众之法
语成器而动



目录

one heart
one world